

COMO VENCER LOS NO DEL PROSPECTO



POR QUE SURGEN LOS NO DEL PROSPECTO?



- Los **No** son conocidos en El Proceso De La Venta como Objeciones
- Las objeciones expresan desacuerdos o excusas del prospecto para No Comprar



¿DESACUERDOS O EXCUSAS?



- Si es un Desacuerdo negociando podemos llegar a ponernos de acuerdo
- Si es *Excusa* simplemente no le crea y siga adelante (insista)
- Las Objeciones en su mayoría son el resultante de una deficiente presentación de ventas







Grandes Razones De Compra En El Mundo

1. **Utilidad.**
2. **Dinero.**
3. **Status.**
4. **Placer.**
5. **Precaución**

RAZONES POR QUE NO VENZO LAS OBJECIONES



- Porque no contacto a la persona adecuada, quien es el que toma la decisión
- Porque no conozco el perfil del prospecto que pretendo
- Porque no observo y escucho efectivamente al prospecto durante mi presentación
- Porque no me preocupo por conocer anticipadamente las necesidades y expectativas
- Porque hablo de los productos y servicios y no de los beneficios de mis servicios (no uso expresiones claves)
- Porque me falta carácter para insistir y me doy por vencido (a) con facilidad por falta de técnica de ventas y conocimiento de lo que vendo
- Porque no genero valor agregado para el futuro cliente
- Porque no visualizo en el prospecto, todas las nuevas oportunidades de negocios
- Porque no planifico ni organizo mi tiempo
- Porque no evalúo mi desempeño ni comparto mis “mejores prácticas”
- Por que no me preocupo por agrandar la factura en beneficio de la compañia
- Porque no me formo y prefiero quedarme empírico
- Porque no me planteo objetivos personales relevantes

PORQUE NO ACTUO COMO UN PROFESIONAL

¿Como Manejar Las Objeciones?



Una objeción es el obstáculo a vencer para lograr la VENTA.

- ✓ No hay Venta sin objeción
- ✓ La objeción es el camino al cierre
- ✓ Reciba con agrado las objeciones, son un síntoma de interés

Tipos De Objeciones



4 CLASES PRINCIPALES

1. **Objeciones Triviales:**

   Generalmente son comentarios breves formulados durante la conversación.

2. **Objeciones A Medio Madurar:**

   Se derivan de algo que el futuro cliente a leido u oido y que no ha comprendido plenamente.

3. **Objeciones Autenticas:**

   Es decir, un argumento que el prospecto considera importante para no comprar



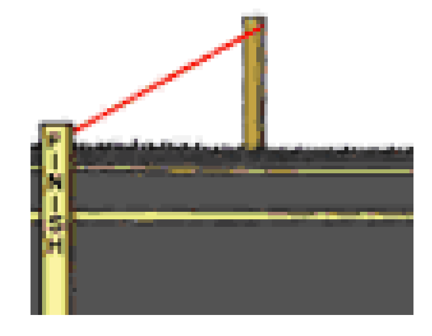
4. Objeciones De Indecision:

Cuando el porspecto encuentra dificil tomar la decisión, hace lo mas facil: Formular una objeción.

CUANDO RESPONDER A LAS OBJECIONES?

Es útil saber cuando hay que responder las objeciones, una objeción puede responderse:

a) Antes de ser formulada.
b) Al ser formulada.
c) En Un momento posterior.
d) Nunca.



Tecnicas Para Manejar Las Objeciones



1. ‘‘Convierta la objeción en un motivo de compra”
   Responda asi: “Es precisamente la razón principal por la que debe usted invertir…”

2. “Deje que el prospecto responda a sus propios argumentos”
   Digale asi: “porque lo cree usted, asi”

3. “Explique por que no son validas”

   Use razones adecuadas para eliminar la Objeción.





4. “Admitirlas”

   Son validas, autenticas e irrefutables, admitirlas y siga adelante.

   Supere esta situación haciendo un resumen de ventajas de nuestra firma o sobre nuestros servicios”



5. Niegue la Objeción:

   hagalo unicamente cuando:

a) Si la objeción es evidemente falsa.
b) Si usted siente que el cliente no cree plenamente en su Objeción.



La regla de 3 en las objeciones

REGLA 1: Nunca las eluda
REGLA 2: No discuta con el prospecto
REGLA 3: No avance sin antes resolverlas, de lo contrario volverán a aparecer impidiendo el cierre de la venta.



Finalmente Es Importante Saber Como Funciona La Mente Del Prospecto Con Las Objeciones?





El cliente promedio presentará objeciones o nos dirá "no" un promedio de **4 a 7** veces.

Esto significa que nosotros, como vendedores ¿cuántas veces tendremos que intentar concretar la venta?

Si, es correcto, tenemos que pedirle que compre entre **5 a 8** oportunidades distintas antes que el prospecto esté en condiciones de mirarnos a los ojos, decirnos que "no" y realmente querer decir que "NO".



En La Guerra Del Mercado El Que Se Da Por Vencido, Pierde La Guerra